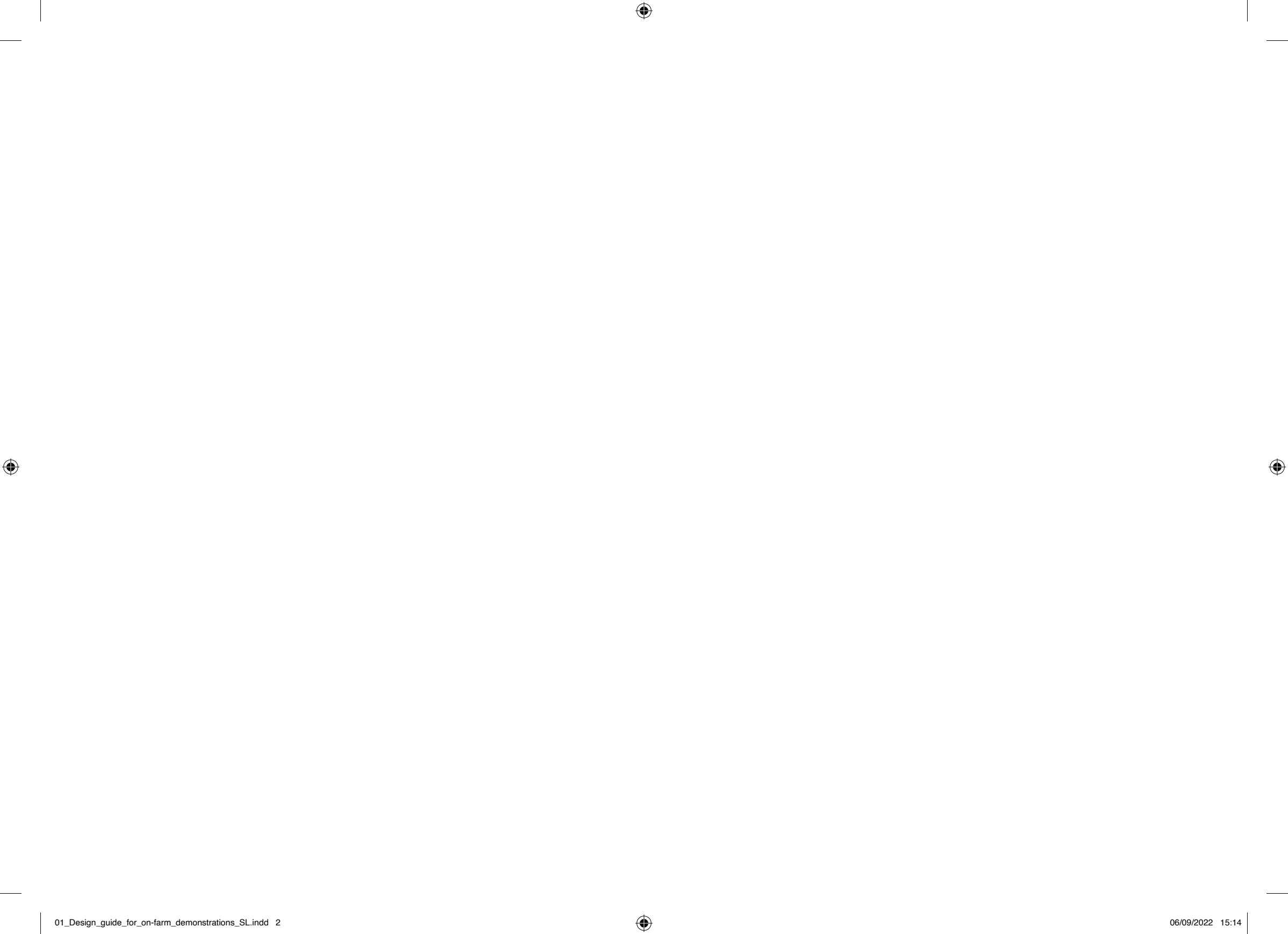




PRIROČNIK ZA OBLIKOVANJE ZA PREDSTAVITVE NA KMETIJAH







Uvod

Predstavitve na kmetijah se organizirajo že vsaj dve stoletji, prvotno kot način za seznanjanje kmetov z inovacijami, v zadnjem času pa tudi za izmenjavo izkušenj med kmeti in kot podpora soustvarjanju znanja med kmeti in drugimi akterji. Kmetje sami vse pogosteje odpirajo svoje kmetije za povezovanje s svojimi vrstniki in širšo javnostjo v okviru strategij poslovnega razvoja (npr. kratke verige preskrbe s hrano, kmetijstvo, ki ga podpira skupnost).

Predstavitvene dejavnosti so lahko enkratni "izleti" do večletnih "nadzornih kmetij", kjer se kmetje, svetovalci in člani industrije redno sestajajo, da bi ocenili možnosti kmetovanja na kraju samem, do stalnih "raziskovalnih kmetij", kjer raziskovalci testirajo in predstavljajo inovativne tehnologije in pristope. Predstavitve na kmetijah tako sledijo širokemu naboru pristopov, so načrtovane z različnimi cilji ter jih uvede in organizira širok nabor akterjev. Glede na to raznolikost ni pristopa, ki bi ustrezal vsem za uspešen predstavitveni dogodek na kmetiji.

Ta priročnik ponuja pregled najpomembnejših elementov, ki jih je treba upoštevati pri pripravi, izvedbi in ocenjevanju predstavitev na kmetiji. Predlaga 6 preprostih korakov, ki jih je treba upoštevati pri načrtovanju predstavitvenega dogodka na kmetiji, začnši od jasne opredelitve ciljev in se konča z dobro oceno in nadaljnjim spremljanjem. Ta priročnik vseskozi ponuja konkretne nasvete in trike ter zagotavlja posebna orodja za podporo oblikovanju vašega dogodka.



Spletna različica je na voljo na:

<https://farmdemo.eu>

Ta priročnik je rezultat tesnega sodelovanja med tremi projekti Farm-Demo, ki so prejeli sredstva iz programa EU za raziskave in inovacije Obzorje 2020 v okviru sporazumov o dodelitvi sredstev N°727388 (PLAID), N°728061 (Agridemo-F2F) in N°772705 (NEFERTITI).

OBLIKUJTE VAŠO PREDSTAVITEV NA KMETIJI V 6 KORAKIH

1 Cilji predstavitve in ciljne skupine



- Navedite jasne cilje.
- Osredotočite se na kmetijsko občinstvo v skladu z vašimi cilji.
- Povabite druge akterje, da povečajo učinek.

- 7 -

2 Predstavitvena kmetija



- Gostiteljsko kmetijo izberite v skladu s svojimi cilji.
- Poiščite verodostojnega in inovativnega kmeta gostitelja.
- Zagotovite dostop z dobro lokacijo in objekti.

- 11 -

3 Vzpostavitev predstavitve



- Sestavite uravnoteženo organizacijsko ekipo v skladu s svojimi cilji.
- Zagotovite dovolj časa za interakcijo in mreženje.
- Pri izbiri primerne časa upoštevajte kompromise.
- Kmetom gostiteljem povrnite nastale stroške.

- 13 -

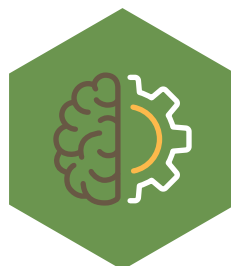
4 Promocija



- ⬡ Vaša ključna sporočila navedite v skladu z vašimi cilji.
- ⬡ Žargon prilagodite vašemu ciljnemu občinstvu.
- ⬡ Povabilo naj bo jasno in privlačno.
- ⬡ Uporabite več komunikacijskih kanalov.

- 17 -

5 Metode učenja in podpore



- ⬡ Učne vsebine povežite s kmetijsko prakso.
- ⬡ Vključite udeležence v aktivno izmenjavo znanja.
- ⬡ Uporabite različne učne metode.
- ⬡ Ločite večje skupine.

- 20 -

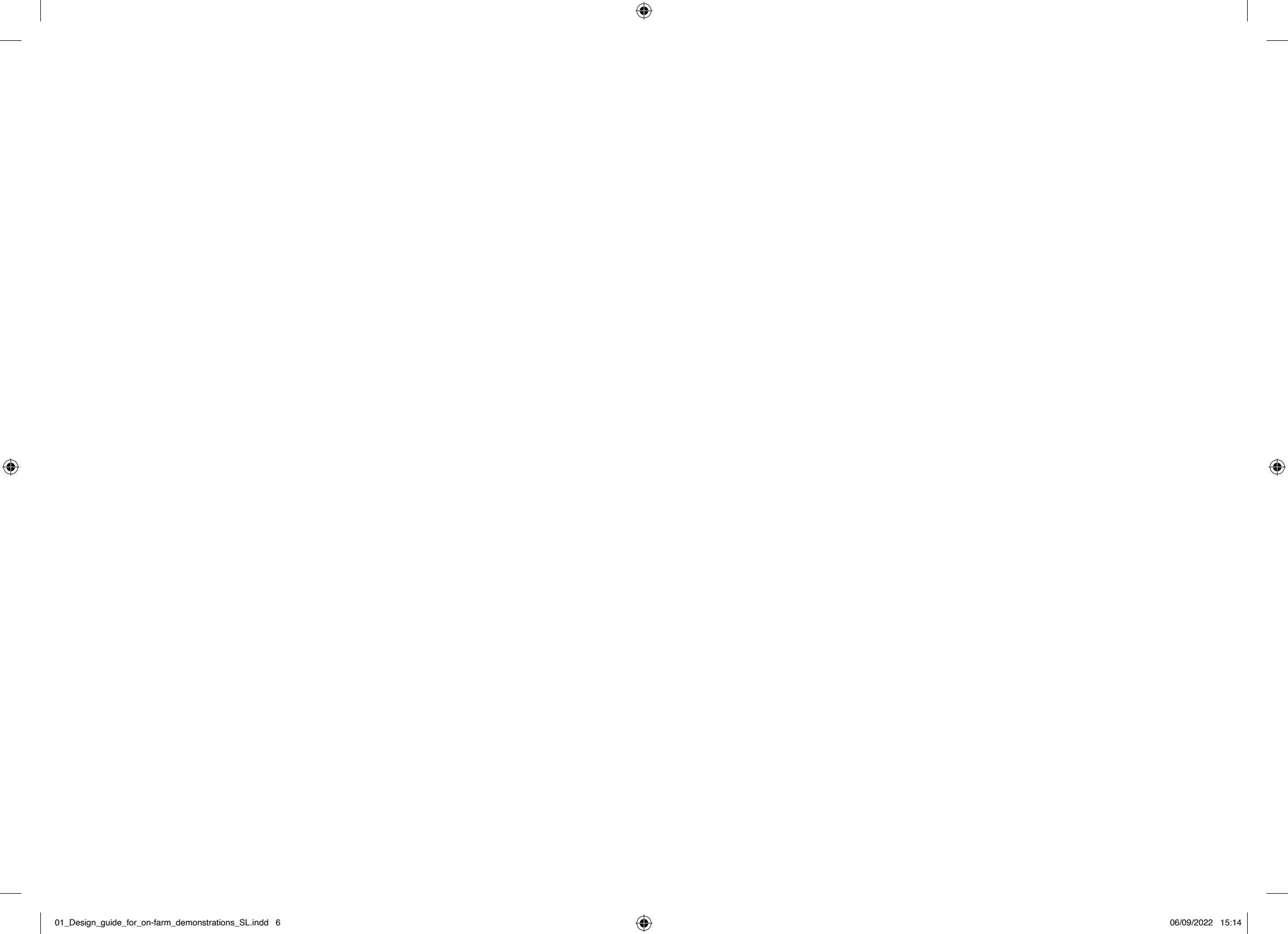
6 Ocenjevanje in spremljanje



- ⬡ Ocenite, ali so bili vaši cilji doseženi.
- ⬡ Uporabite in implementirajte rezultate vašega ocenjevanja.
- ⬡ Organizirajte aktivnosti za nadaljnje spremljanje za udeležence in neudeležence.

- 25 -

Oblikujte vašo predstavitev na kmetiji v 6 korakih in 6 steps | 5





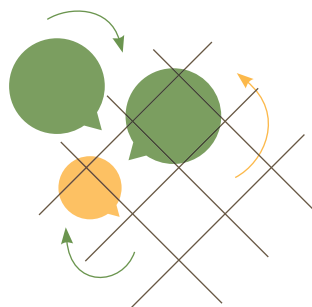
1

Cilji predstavitve in ciljne skupine

“Kaj želite doseči s predstavitvijo?”

Za vsak predstavitveni dogodek je pomembno, da vnaprej izrecno navedete jasne cilje in ključna sporočila. To določa vse druge odločitve, ki jih boste sprejeli med pripravo in izvedbo predstavitvenega dogodka: postavitev, katere akterje vključiti, ocenjevanje učinkovitosti.

Začnite z naslavljanjem “zakaj” (zakaj organiziramo to predstavitev) in nato “kaj” (kaj želimo predstaviti). Iz tega cilja predstavitve nato sledi “kdo” (ciljno občinstvo za predstavitev) in “kako” (vzpostavitev predstavitve in učnih metod).



Predstavitveni dogodki lahko delujejo kot zbirališče za udeležence

NASVET

Upoštevajte regionalni razvoj kmetijstva in izzive, da pritegete kmete in povečate svoj vpliv.

ZAKAJ ŽELITE ORGANIZIRATI PREDSTAVITVENI DOGODEK?

To določa motivacijo za ali potrebo po predstavitvi.



Možni ciljni učinki:

- **Soustvarjanje znanja.** Lahko si prizadevate ustvariti (novo) znanje tako, da izkoristite zbirko znanja udeležencev, ki se udeležijo predstavitvenega dogodka.
- **Sprejetje inovacij.** Predstavitve pomagajo pri prenosu novih priložnosti, novosti ali praktičnih izkušenj, ki jih je mogoče uporabiti neposredno na kmetijah. Te inovacije lahko izhajajo iz raziskav, poslovanja (v zvezi s prodajo izdelkov) ali pionirskih kmetov in dajejo kmetom samozavest, da se utemeljeno odločijo o uporabnosti predstavljenih praks ali inovacij za njihovo lastno kmetijo.
- **Reševanje težav.** Predstavitve so uporabna platforma za povezovanje razširitev s potrebami lokalnih kmetov. Predstavitve lahko rešitve za težave kmetov, na primer v zvezi z zmanjševanjem delovne sile na kmetiji ali kako pridelovati pridelke v spreminjajočem se podnebju, ali pa lahko potrdite opravljene raziskave in inovacije v lokalnih razmerah in jih prilagodite potrebam kmetov.
- **Usposabljanje.** Predstavitve služijo kot platforma za izpopolnjevanje veščin in krepitev zmogljivosti ter tako omogočajo praktično izvajanje inovativnih praks na kmetiji.
- **Ozaveščanje.** Predstavitve lahko povečajo ozaveščenost o temah, kot so na primer družbene zahteve. Teme trajnostnega razvoja pogosto niso obravnavane eksplicitno, ampak so pogosto del predstavitve z namenom ozaveščanja udeležencev.
- **Mreženje.** Predstavitveni dogodki lahko delujejo kot zbirališče za udeležence. Redne (npr. letne) predstavitvene dogodke lahko uporabite kot dogodek mreženja, na katerem se zberejo vsi ljudje, ki so vključeni v program, mrežo ali projekt. Lahko prispevajo h krepitvi in razvoju sodelovanja in pospešijo morebitna partnerstva za skupno reševanje težav, tako nacionalnih kot mednarodnih. Za nekatere udeležence je zelo privlačen tudi socialni vidik mreženja, torej možnost srečanja z drugimi kmeti.
- **Izvajanje raziskav.** Predstavitveni dogodki na kmetiji lahko delujejo kot platforma za prenos znanja iz rezultatov uporabnih raziskav v kmetijsko prakso. Inovacije in prakse je mogoče preizkusiti, primerjati ali potrditi v "resničnih" kmetijskih razmerah.
- **Izvajanje politike.** Predstavitve so priložnost za obveščanje kmetov o novi zakonodaji in uredbah politike ter za zagotavljanje posebnih praks in primerov, kako jih lahko izvajajo na svojih kmetijah.

KAJ ŽELITE PREDSTAVITI?

Teme predstavitev so lahko zelo raznolike, kot je na primer predstavitev izdelka, stroja, procesa, upravljanja ali trženja.

Značilnosti predstavljene teme vplivajo na postavitev predstavitev in katere ciljne skupine je mogoče doseči. Je to inovacija, ki je kmetijska skupnost sploh ne pozna, brez primerov izvajanja v resničnem življenju? Ali jo že izvaja manjši delež kmetov? Ali je to razširjena praksa, ki bi jo kmetje lahko optimizirali in izboljšali?

Pogosto je prednost predstavitvenega dogodka v njegovi preprostosti. Zato je priporočljivo omejiti število obravnavanih tem na enem dogodku. Če želite obravnavati več tem, lahko razmislite o organizaciji serije predstavitev dogodkov ali poskrbite, da bo za vsako posamezno temo načrtovano dovolj časa.



Temo lahko po načelu od zgoraj navzdol izberejo organizatorji, predstavniki kmetov ali projekt, v okviru katerega poteka predstavitev, kot tudi od spodaj navzgor z vključevanjem kmetov ali udeležencev prejšnjega predstavitvenega dogodka, ko gre za serijo predstavitev dogodkov. V vsakem primeru je potreben temeljit premislek ali razprava, da se izbere zanimiva, navdihujoča in relevantna tema.



Serija predstavitev v primerjavi z enkratno

Pomembna izbira pri odločitvi o postavitvi predstavitev je odvisna od tega, ali bo šlo za enkratno predstavitev, serijo predstavitev na isto temo ali ponavljajoč se dogodek (mrežnja), ki ga organizirajo isti organizatorji.

Serie predstavitev se včasih zdijo učinkovitejše iz naslednjih razlogov:

- Udeleženci se spoznajo in si zaupajo (manj bodo zadržani in bodo raje delili informacije).
- Predstavitev lahko obravnavajo več korakov v postopku sprejemanja (bolj ciljno usmerjeni učinki).
- Omogoča prikaz razvoja skozi čas, sezonskost.
- Dosežete lahko več kmetov in več vrst zainteresiranih strani.
- Predstavitev se lahko zanašajo na dober ugled prejšnjih predstavitev.
- Mogoče je izboljšati organizacijo in postavitev.

NA KOGA CILJATE?

Izbira ciljne skupine je odvisna od tega, kaj želite doseči s predstavitvijo. Na primer, če je predvidena intenzivna izmenjava znanja ali soustvarjanje znanja o zelo specifični temi, se lahko odločite, da boste ciljali na majhno skupino kmetov, ki "govorijo podoben jezik", da zagotovite kakovostno in intenzivno komunikacijo. Prepoznavanje specifičnih ciljnih skupin bo določilo, katere informacijske kanale je treba uporabiti, da jih dosežete.

Ciljno skupino je mogoče določiti glede na:

- Posebne sektorje (npr. pridelovalci mleka, proizvajalci sladkorne pese).
- Določeno regijo (npr. določena provinca, nacionalna ali mednarodna).
- Njihove izkušnje s specifično tehniko, npr. novinec ali strokovnjak. Organizatorji se lahko glede na cilj odločijo samo za izkušene kmete (npr. za izboljšanje prakse ali inovacije) ali kombinacijo obojega (kadar želite izmenjavo). Kmetje "strokovnjaki" lahko pomagajo začeti razprave med predstavitvenim dogodkom in drug drugega spodbujajo k postavljanju vprašanj.
- Posebne "vrste" kmetov (npr. "inovativni" kmetje za teme, ki potrebujejo nadaljnji razvoj, "povprečni" kmetje za predstavitvene teme, ki so pripravljene za uporabo, mladi kmetje ali novi udeleženci).
- Spol, s čimer zagotovite, da vsi ustrezni predstavniki kmetije sodelujejo in se počutijo dobrodošle.

Pogosto je koristno povabiti druge akterje, da prispevajo k dolgoročnemu učinku predstavitvenega dogodka, vendar odvisno od tega, kar želite doseči:

- Kmetijski svetovalci lahko delujejo kot potencialni "glasniki" ključnih sporočil predstavitve. Lahko razširijo in povečajo vsebino predstavitve na nesodelujoče kmete ter lahko povežejo kmete, ki so uporabili prakso ali inovacijo, s tistimi, ki jih to zanima.
- Kmetijske medije, ki lahko predstavljeno temo posredujejo širšemu občinstvu.
- Akterji iz agroživilske verige (npr. dobavitelji, pridelovalci hrane, potrošniki ...) so pomembni partnerji pri sodelovalnih rešitvah, njihova prisotnost pa lahko okrepi povezave med proizvajalci in trgi. Prispevajo lahko s podatki in izkušnjami z drugih področij.
- Oblikovalci politike lahko povečajo ozaveščenost o političnih ovirah in spodbudah, ki bi lahko povečale zasidranje in obseg vsebine predstavitve, a se hkrati tudi sami lahko naučijo o praktičnih težavah ali ovirah, s katerimi se srečujejo kmetje, in nato izboljšajo politike. Po drugi strani pa kmetje pogosto neradi sodelujejo in delijo izkušnje v skupini, kadar so v skupini prisotni vladni organi.
- (Kmetijski) študenti in učitelji lahko uvedejo raziskovalne inovacije, lahko sprašujejo kmete o njihovih načinih pridelave, medtem ko spoznavajo kmetijske prakse. Pomagajo lahko pri izvajanju spremljanja in ocenjevanja, se učijo pri skupni organizaciji in so dobra dodatna pomoč.



NASVET

Prisotnost kmetov in kmetovalk gostiteljic spodbuja sodelovanje tako moških kot ženskih udeležencev.





2

Predstavitvena kmetija

Predstavitvene dogodke lahko gostite na različnih lokacijah, od kmetij v lasti kmetov do polj v javni lasti, ki jih zakupijo univerze, raziskovalni centri ali razširitvenih lokacijah. Obstaja nekaj meril za izbiro dobre gostiteljske lokacije za predstavitev.

? "Ali se kmetje lahko poistovetijo z gostiteljsko kmetijo?"

Predstavitev bi lahko imela večji učinek, če gostiteljska kmetija deluje pod enakimi pogoji "resničnega življenja" kot povprečne kmetije. Po drugi strani pa lahko na primer kmetje pionirji pokažejo inovativne in bolj eksperimentalne tehnike.

? "Ali je gostitelj 'dober kmet', priznan kot verodostojen in 'moder' ter inovativen in produktiven?"

Tudi dojemanje javnosti o gostitelju igra pomembno vlogo pri privlačnosti dogodka za potencialne udeležence. Izbira nekoga, ki ga že poznate, ali kmetije, ki so jo organizacije določile za več let, ko se preskusi testirajo na kmetiji, je lahko "varna" možnost, saj predstavitveni dogodki pogosto od gostiteljev zahtevajo veliko truda, da pripravijo svojo kmetijo za obiskovalce. Po drugi strani pa ni treba vedno uporabiti enih in istih "starih znancev".

? "Ali je kmetija gostiteljica primerna za predstavitven dogodek glede na temo, lokacijo in načrtovane dejavnosti?"

Preverite, ali dejavnosti, prakse in kmetijski objekti kmeta gostitelja sovpadajo z namenom predstavitve in pričakovanim številom udeležencev. Pomembno merilo je tudi čas potovanja, vendar so udeleženci pripravljeni potovati dlje za predstavitev inovativnih tehnik, ki niso običajne v njihovi regiji.



Izbira lokacije gostitelja vpliva na dostopnost predstavitev:

- Geografsko (lokacija, čas potovanja, dober in preprost dostop za ciljno občinstvo)
- Družbeno (objekti, udobje in varnost za obiskovalce)



NASVETI

Preverite inventar predstavitvenih kmetij po vsej EU na vozlišču FarmDemo: <https://farmdemo.eu>

Sodelovanje med komercialnimi podjetji in kmetijami bi lahko bilo koristno: udeležencem omogoča, da vidijo najnovejše inovacije na pravi kmetiji.

"Netipična" kmetija lahko poskrbi za navdih in poveča razmislek o trenutnih praksah.

Če želite doseči širšo skupino udeležencev, lahko organizirate isto predstavitev na različnih lokacijah v vaši regiji/državi in na različnih vrstah kmetij.

Povečajte dostopnost bolj oddaljenih gostiteljskih kmetij z organizacijo skupinskega prevoza.

Zagotovite prevoz za obisk več lokacij.



3

Vzpostavitev predstavitve

ORGANIZACIJSKA EKIPA

? *“Katera vrsta partnerjev (kot so kmetje, organizacije kmetov, svetovalci, kmetijska podjetja) bo vključena v organizacijo predstavitev, da bo uspešna pri izpolnjevanju ciljev predstavitev?”*

Sodelovanje med različnimi akterji je lahko zahtevno zaradi njihovega različnega poklicnega ozadja, veščin, baz znanja, prioritet, delovnih rutin in motivacije. Za uspeh tega prizadevanja je pomembno, da se dogovorimo o ciljih, vsebini in delitvi dela.

Regionalni AKIS (glej spodnji okvir) lahko definira kontekst, v katerem so organizirani predstavitveni dogodki. Dobro sodelovanje in že obstoječe mreže regionalnih akterjev AKIS lahko olajša organizacijo ali oblikovanje strategije za predstavitev, prilagodi temo specifični regiji in izkoristi razpoložljivi družbeni kapital in omrežja za iskanje pravih profilov in kompetenc za organizacijo predstavitev. Uspeh predstavitev je pogosto povezan tudi s tem, kako lokalna skupnost dojema organizacijsko ekipo. Organizacijskim ekipam lahko torej koristi sodelovanje z uglednimi lokalnimi organizacijami, ki imajo veliko stikov s kmeti.

Regionalni sistem znanja in inovacij v kmetijstvu (AKIS) obsega celoten sistem izmenjave kmetijskega znanja znotraj regije in je opredeljen z načinom, kako ljudje in organizacije, kot so svetovalne službe, raziskovalci, politike in organizacije kmetov, komunicirajo in sodelujejo.

S sodelovanjem s komercialnimi partnerji je mogoče realizirati zelo učinkovite predstavitvene dogodke v smislu znanja in informacij. Vendar pa so potrebni pametni dogovori s komercialnimi podjetji pred predstavitvenim dogodkom, da se izognemo temu, da kmetje dogodek dojemajo kot prodajno predstavitev.

Temu se je mogoče izogniti tako, da vključite več komercialnih podjetij ali poleg komercialnega podjetja povabite “nevtralne” stranke, kot so nekomercialne svetovalne službe ali raziskovalce.



Vloge v organizacijski ekipi

Jasna opredelitev vlog in zadostno število osebja (tako strokovnost kot število) lahko olajša pripravo in strukturo predstavitvenega dogodka. Med predstavitvenim dogodkom je treba zapolniti štiri pomembne vloge:

- kmet gostitelj,
- predstavljavec,
- logistični vodja/koordinator,
- moderator

NASVETI

V organizacijo predstavitev vključite gostiteljsko kmečko družino.

Za doseganje ciljnih skupin povabite več organizacij, ki si delijo vaše cilje.

Smiselno vključite regulativne organe: ustrezno (npr. razjasnitev informacij/dokaz skladnosti) lahko pritegne kmete, neprimerno pa kmete odvrne.

Moderator je v veliko primerih v pomoč. Moderator lahko vodi razpravo in deluje kot nevtralna tretja oseba.



URAVNOTEŽEN PROGRAM

Čas, ki je na voljo za predstavitev, določa odločitve o vsebini predstavitve in učnih metodah, ki jih je treba uporabiti. Razpoložljivi čas je lahko od ene ure do pol dneva, do celega dneva ali celo več dni. Ne pozabite zagotoviti dovolj časa za razpravo in vprašanja in odgovore, pa tudi za mreženje in socialno interakcijo.

Dober program predstavitvenega dogodka poskrbi za zadostno raznolikost. Vključevati bi moral vsaj:

- dobrodošlico/predstavitve, po možnosti skupaj s kmetom gostiteljem,
- dejansko predstavitev inovacije (bodisi v kombinaciji s predstavitvijo ali brez),
- moderirano razpravo ali interaktivna vprašanja in odgovore,
- ocenjevanje predstavitve s strani udeležencev,
- uradni zaključek dogodka z jasnimi zaključki in sporočili, ki jih odnesejo s sabo,
- čas za neformalne pogovore, razprave in mreženje (zagotovite hrano in pijačo! – glejte tudi metode učenja in podpore za predstavitvene dogodke),
- ocenjevanje s povratnimi informacijami za dogodek.

NASVETI

Dobrodošlica kmetov gostiteljev je zelo cenjena.

Zagotovite ogled kmetije.

IZBERITE PRIMEREN ČAS

Čas predstavitve je ključni dejavnik za zagotovitev dobre udeležbe na predstavitvi. Čeprav tega ni mogoče vedno natančno načrtovati (npr. ko je slučajno prvi topli teden sezone), lahko ocenite obdobja, ko imajo kmetje manj dela na kmetiji. Upoštevajte čas čez dan (npr. ure molže) in/ali teden (npr. šolski dnevi).

Pogosto bo izbira pravega časa kompromis med več vidiki. Na primer, obdobje, ko je na terenu veliko za videti, je pogosto tudi obdobje, ko je na kmetiji veliko dela.

NASVETI

Izberite fiksni datum za ponavljajoče se predstavitve (npr. zadnji konec tedna v septembru, vsakih 6 mesecev, da prikažete sezonske spremembe, ...).

Upoštevajte druge dogodke.

OBJEKTI IN OPREMA

Občutek dobrodošlice in spoštljivo ravnanje prispeva k učinkovitosti predstavitve. Poskrbite za primerne prostore, dober dostop, sanitarije, parkirišče, urejeno dobro pripravljeno okolje itd.



KONTROLNI SEZNAM:

- ✓ Jasna zvočna in vizualna oprema.
- ✓ (Bio)varnostni ukrepi.
- ✓ Stranišča.
- ✓ Za večjo dostopnost zagotovite dostop z invalidskim vozičkom, kjer je mogoče.
- ✓ Poskrbite za prometne znake in transparente, parkirišča.
- ✓ Zagotovite osenčena območja ali zavetja, ki predvidevajo vremenske razmere.
- ✓ Vključite logotipe in transparente sponzorjev, če je primerno.
- ✓ Ne pozabite na hrano in pijačo!



PRORAČUN

- ? *"Kdo bo financiral predstavitevni dogodek?"*
- ? *"Ali bodo morali udeleženci plačati vstopnino?"*
- ? *"Ali bo proračun vplival na postavitev in število udeležencev?"*

Proračun mora pokrivati vse stroške, kot so vložki, stroški prevoza, organizacijski stroški in stroški oglaševanja. Prav tako poskrbite, da kmet prejme nadomestilo za kakršen koli primanjkljaj pridelka in porabljen čas (vključno s časom priprave).

Razpoložljivi proračun je povezan s finančnimi partnerji v organizacijski skupini in ima lahko velik vpliv na postavitev in velikost predstavitve ter lahko določa nekatere odločitve, npr. velikost ciljne skupine, ali morajo udeleženci plačati vstopnino ali povabljene predstavljalce. Vendar omejena sredstva ne bi smela vplivati na učinkovitost predstavitve. Cenejše metode so lahko enako učinkovite kot dražje metode, vendar bo morda potreben bolj premišljen pristop v fazi načrtovanja predstavitve.

Za večje dogodke se lahko dodatno pomoč (npr. v obliki človeških ali materialnih virov) pokrije s sponzorstvom, po možnosti povezane organizacije.

REGISTRACIJA

To vam omogoča, da po dogodku zlahka stopite v stik z udeleženci za nadaljnje spremljanje in ocenjevanje, ter omogoča dobro organizacijo za ocenjeno število udeležencev. Registracija za predstavitevni dogodek mora biti enostavna in tekoča.

NASVETI

Udeležence registrirajte pred dogodkom: tako spoznate svoje občinstvo in pošljete zanimivo gradivo pred dogodkom.

Zagotovite seznam stikov udeležencev.





4 Promocija

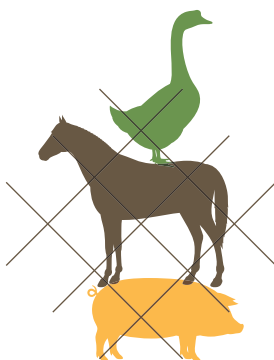
JASNO VABILO PRILAGOJENO CILJNIM SKUPINAM

? "Kateri ljudje bodo seznanjeni glede predstoječe predstavitve?"

Učinkovit izbor vpliva na udeležbo na predstavitvi.

NASVET

Po potrebi pošljite vabilo celotni družini.



Bistvenega pomena je, da vabilo prilagodite ciljni skupini. Poskrbite, da jezik (žargon) prilagodite ciljnemu občinstvu.

Pri oblikovanju vabila je treba upoštevati nekaj vprašanj: (glej <https://thefloorisyour.be/en/pitchinghandson/>)

Kdo je vaše ciljno občinstvo?

- Vsako ciljno občinstvo ima edinstven sklop pričakovanj in težav. Če je mogoče, se osredotočite na eno samo ciljno občinstvo.
- V vabilu navedite svojo ciljno skupino (npr. samo ekološki kmetje ali tako ekološki kot neekološki kmetje). To lahko zagotovi, da pritegnete kmete s posebnim interesom.

Kakšno je vaše glavno sporočilo?

Kaj je vaš poziv k ukrepanju?

- Jasno navedite, da gre za povabilo na predstavitveni dogodek.
- Izberite dobro ime za predstavitveni dogodek, ki odraža tudi ključno sporočilo.

Kakšna je težava, s katero se spopada vaše ciljno občinstvo in kako jo boste rešili?

- Jasno navedite cilje predstavitve, saj to prispeva k učinkovitosti predstavitve.
- Če imate izučene predstavljavce, usposobljene moderatorje ali kmete gostitelje, to jasno navedite na povabilu, saj to lahko pritegne kmete.

Kakšno prednost predstavlja udeležba za vašo ciljno publiko?

- Določite, kakšna bo dodana vrednost za udeležence predstavitve.

NASVETI

Na vabilu navedite vse organizatorje.

Omenite vstopnino, če je potrebno.

Vabilo naj bo vizualno privlačno in poiščite pravo ravnovesje informacij. Uporabite lahko programsko opremo, kot je www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker in <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Z uporabo fiksne predloge povečajte prepoznavnost serije predstavitvenih dogodkov. Ta "zaščitni znak" naj se potem odraža tudi v imenu dogodka. To pripomore k prepoznavnosti predstavitvenega dogodka, in ko pridobijo dober ugled, bodo uspešnejši pri privabljanju udeležencev.

Povabilo naj bo jasno in privlačno. Ne pretiravajte, ne uporabljajte veliko različnih pisav. Dobra reklama je lahko tudi prijazna fotografija kmetije/kmeta.



UPORABITE PRAVE KOMUNIKACIJSKE KANALE

Za pridobivanje udeležencev je mogoče uporabiti več komunikacijskih kanalov. Vabila se lahko širijo z letaki, pismi, e-pošto, plakati, časopisnimi članki, spletnimi mesti, družbenimi mediji, ustnim izročilom ali radijskimi in televizijskimi promocijami. Za širjenje vabila lahko uporabite sestanke, osebne stike, lastna omrežja ali sezname poštinih naslovov, omrežja drugih organizacij (npr. kmečke zveze, svetovalne mreže), objave v šolah.

NASVETI

Pošljite osebna vabila.

Uporabite postopno kombinacijo komunikacijskih kanalov.

Razmislite, kdo bo posredoval vabilo.

Posebej se potrudite za kmete, ki jih je težko mobilizirati!

INTERAKCIJA Z UDELEŽENCI PRED PREDSTAVITVIJO

Že prej lahko organizirate neke vrste interakcijo s pričakovanimi udeleženci:

- Dodatne informacije o gostiteljski kmetiji, vsebini predstavitve, terenskih poskusih, ...
- Prosite udeležence, da izpolnijo spletni obrazec za registracijo (npr. posebni interesi).
- Prosite udeležence, naj pripravijo nekaj razmislekov.

Ponudite dodatne spodbude za prihodnje kmete:

- Testne vzorce.
- Brezplačno analizo tal.
- Državno prvenstvo v kmetijski disciplini.
- Hrano in pijačo.
- Predstavo.
- Zabavo.
- Nagrade, ki jih lahko osvojijo.



5

Metode učenja in podpore

Za prenos in izmenjavo znanja ter za razvoj spretnosti je mogoče uporabiti različne učne metode. Pomembno se je zavedati, da ne obstaja ena sama pravilna metoda, ampak da je dejanska izbira odvisna od številnih dejavnikov, kot sta na primer velikost in sestava skupine. Predstavitveni dogodek mora vsebovati tudi kombinacijo dobro premišljenih in uravnoteženih dejavnosti, ki podpirajo dobre učne pogoje.



VELIKOST IN SESTAVA SKUPINE

Odločitev o velikosti skupine je odvisna od ciljev predstavitve in ima velik vpliv na obliko vašega predstavitvenega dogodka.

- Manjše skupine (8–15 udeležencev):
 - Učinkovitejše za izmenjavo znanja, refleksijo in poglobljeno medsebojno učenje.
 - Lažje upravljanje.
 - Majhne zaprte skupine, ki se redno srečujejo, so si zgradile zaupanje, kar morda omogoča učinkovite razprave.
- Večje skupine:
 - Ko je cilj ozaveščanje in širok prenos znanja.
 - Pomagajo privabiti sponzorje in podjetja, ki oskrbujejo kmetije.
 - Potrebujemo dober zvok in sliko.

Zdi se, da so bolj homogene skupine "pripravljene deliti" in zaupati drugim udeležencem, medtem ko so skupine, sestavljene iz različnih vrst akterjev, lahko koristne za spodbujanje razprav in mreženja, če na isto težavo skupaj gledajo z različnih zornih kotov. To je seveda pomemben element, ko razmišljate o pridobivanju udeležencev.

Tudi obseg poznavanja med udeleženci ima lahko velik vpliv na dinamiko skupine in lahko vpliva na primernost nekaterih učnih metod pred drugimi. Potrebujete bolj organizirane metode moderiranja, da spodbudite mreženje, skupno rabo in razprave za skupine, ki se med seboj ne poznajo. Spreten in prijazen moderator lahko ustvari prijetno in prijazno vzdušje in okolje, ki kmetom olajša iskrenost in dobro razpravo.

NASVET

Večje skupine razdelite v manjše skupine, da povečate aktivno sodelovanje in razpravo.



Ta videoposnetek o upravljanju čred z nizkim stresom prikazuje, kako kmet gostitelj uporablja dejanske pogoje kmetovanja za razlago tehnike, namesto na primer z uporabo ppt predstavitve.

www.youtube.com/watch?v=vAc-n7WlOcE&feature=youtu.be

IZBIRA USTREZNIH METOD UČENJA

Obstajajo 3 osnovna načela:

- 1 | Povežite učne vsebine s kmetijsko prakso
- 2 | Vključite udeležence v aktivno izmenjavo znanja
- 3 | Uporabite različne učne metode

1 | Povezovanje učnih vsebin s kmetijsko prakso

Bodite pozorni na širši kontekst. Obravnavajte vpliv predstavljenе prakse ali inovacije na celotno kmetijo in razpravljajte o širšem kontekstu (npr. družbenem, gospodarskem, političnem). Z zagotavljanjem teh dodatnih informacij lahko udeleženci sprejmejo bolj informirane odločitve o tem, ali bodo sprejeli prakso ali inovacijo ali ne.

Izkoristite gostiteljsko kmetijo in izkušnje kmeta gostitelja. Možnost obiska druge kmetije je pogosto ena glavnih motivacij kmetov za udeležbo na predstavitvi, zato je pomembno, da predstavitveno vsebino povežemo z dejanskimi pogoji upravljanja kmetije na kmetiji gostiteljici in navedemo čim več praktičnih primerov. To pomeni tudi upoštevanje težav, neuspehov, napak ali negativnih stranskih učinkov prakse. Te težave pogosto odražajo ovire za sprejemanje praks. Torej, ko se jih nagovori in razloži, kako bi jih lahko obravnavali, lahko prispevajo k sprejemanju praks in inovacij s strani udeležencev.

2 | Vključite udeležence v aktivno izmenjavo znanja

Ponudite priložnosti za izmenjavo znanj med vrstniki.

Udeležbo na predstavitev lahko povečate tako, da npr. aktivno omogočate priložnosti udeležencem, da svoje izkušnje delijo z občinstvom, z organiziranjem razprav z manjšim številom udeležencev ali z organizacijo delavnic, na katerih se spodbuja aktivna izmenjava znanja. Ustvarite priložnosti za bolj neformalno izmenjavo znanja, tako da kmetom zagotovite dovolj časa za klepetanje, na primer med kosilom, pijačo ali delavnicami.

NASVET

NE POZABITE NA HRANO IN PIJAČO

Zajtrk ali kosilo, med katerim potekajo uvodni govori.

Hrana in pijača po "formalnem delu", tako da lahko ljudje razpravljajo o tem, kar so videli ali naredili.

Poskrbite za domače izdelke, po možnosti s sestavinami kmetije gostiteljice.

Zagotovite hrano iz lokalnih virov, ki so soorganizatorji ali sponzorji.

Med odmori poskrbite za osvežilne pijače in prigrizke.

Ponudite široko paleto izkušenj in poiščite načine, kako presenetiti udeležence.

Vključite vrsto različnih dejavnosti. Primeri so lahko sprehodi na terenu, opazovanje praktičnih predstavitev, ki jih izvaja predstavljavec, in omogočanje udeležencem, da izvajajo praktične dejavnosti. Takšne praktične dejavnosti krepijo učenje in razumevanje ter tudi interakcije med udeleženci. Če predstavitevni dejavnostim dodate učinek presenečenja, si bodo udeleženci informacije verjetno zapomnili dlje časa. Ta učinek presenečenja je mogoče ustvariti na različne načine, na primer s spretnimi tehnikami pripovedovanja zgodb, z uporabo izvirne privlačne dejavnosti za udeležence ali z razkritjem izdelka/inovacije med predstavitevni dogodka.



Slika 1. Slike preskusa Moje umazane spodnjice, kot primer presenetljivega in preprostega testa za zdravje tal. (viri: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (levo); ILVO (desno))



Ta videoposnetek prikazuje preskus "Moje umazane spodnjice" kot presenetljivo in preprosto metodo za testiranje zdravja tal na podlagi zakopanega bombažnega spodnjega perila. www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410

Ustvarite stimulativno in znano okolje. Razporedite sejo no sobo/prostor tako, da lahko vsi udobno poslušajo in razumejo govorce in druge udeležence. Nekatere ideje:

- Uporabite mikrofone, da lahko vsak udeleženec sliši govorca (zlasti na prostem).
- Uporabite vizualni material, ki ga lahko vidi vsak udeleženec (tj. ne uporabljajte plakatov z majhno pisavo, ki je lahko vidna le udeležencem v prvi vrsti).
- Če ste v zaprtih prostorih: postavite stole v krog/pol-krog, tako da imajo vsi jasen pogled na druge udeležence.
- Organizirajte "tržnico" z različnimi stojnicami/predstavniki, da se bodo ljudje lahko sprehajali v manjših skupinah.
- Pomislite, kje boste vodili razprave, saj so kmetje večinoma bolj sproščeni na polju ali v hlevu kot v učilnicah.
- Na začetku dogodka poskrbite za nekaj šal, ki bodo prebile led. Navdih lahko najdete na internetu, na primer: www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426 ali www.icebreakers.ws/large-group

3 | Uporabite različne učne metode

Odločite se za kombinacijo. Med predstavitvenimi dogodki je mogoče uporabiti različne metode učenja, npr. plakate, predstavitve, eksperimente, razprave, delavnice itd. Te metode se razlikujejo glede na stopnjo interakcije med predstavljalcem in udeleženci ter aktivnega sodelovanja s strani kmetov, ter nagovarjajo različne stile učenja. Ponovno je izbira uporabljene kombinacije učnih metod odvisna od cilja dneva ter sestave in velikosti skupine. Pregled učnih metod najdete na straneh 28–30.



Prilagodite se različnim nivojem znanja in učnim stilom občinstva. Če je mogoče, si vnaprej pridobite predstavbo o nivoju znanja vaših udeležencev. Če ne, začnite z osnovnimi informacijami za novince na tem področju. Tipične vrste učencev so (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>):

- Slušni učenci raje slišijo informacije. Pogosto govorijo sami s seboj, medtem ko se učijo ali razmišljajo. To lahko podpremo s spodbujanjem občinstva, da naglas ponovi ključna sporočila, npr. tako, da jim postavljate vprašanja.
- Vizualni učenci raje vidijo informacije in vizualizirajo odnose med idejami, na primer v infografikah, grafikoni, shemah in barvah.
- Bralni/pisalni učenci raje berejo ali zapisujejo informacije v knjižice ali izročke.
- Kinestetični (fizični) učenci raje dejansko izvajajo praktične vaje in eksperimente.



Slika 2. Različne vrste učencev in kako jih upoštevati med predstavitvijo. (Vir: <https://tutoringwithatwist.ca/vark-learning-styles/>)

Uporabite ustrezna izobraževalna orodja. Izobraževalna orodja so vse vrste materialov, ki se uporabljajo med predstavitvijo za olajšanje učenja (npr. izročki, video posnetki, interaktivni elektronski sistemi za glasovanje), da:

- Povečajte interakcijo: na primer z uporabo sistemov za glasovanje ali interaktivnih aplikacij (npr. www.mentimeter.com ali <https://kahoot.com>)
- Vizualizirajte vsebino: npr. pokažite opremo, ki se uporablja na kmetiji, plakate z zanimivimi infografikami (brezplačni spletni izdelovalci infografik na www.canva.com/create/infographics, videoposnetki, ki prikazujejo "dobre" ali "slabe" prakse.
- Navedite podporne informacije za predstavitveni dogodek: npr. knjižice z dodatnimi informacijami o kmetiji gostiteljici ali seznamom udeležencev. Primer tega so "knjižice za sprehod na kmetiji", ki jih je izdal organ Teagasc (www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks)
- Zagotovite informacije, ki si jih udeleženci lahko vzamejo s sabo: npr. knjižice s praktičnimi informacijami o predstavljeni inovaciji. To je še posebej pomembno, saj udeleženci nimajo vedno možnosti, da delajo zapiske. Navedite spletno stran, Instagram, Facebook, če so na voljo.

NASVET

Pomislite, kako razdeliti materiale med predstavitvenim dogodkom. Če se delijo med predstavitvami, bi to lahko zmotilo udeležence. Nekatere od teh informacij lahko udeležencem pošljete tudi vnaprej.



STROKOVNI IN TEKOČ PREDSTAVITVENI DOGODEK

Sledite "pravilu treh". Navedite tri ključna sporočila, ki se ponavljajo skozi celoten predstavitveni dogodek in so na koncu tudi povzeta kot sporočila za udeležence, ki jih lahko "odnesejo s sabo". Dobra praksa pri tem je, da poskusite upoštevati "pravilo treh". To načelo, ki se pogosto uporablja v oglaševalskih kampanjah, trdi, da je oblikovanje treh ključnih sporočil najučinkovitejše.



Slika 3. Za posredovanje svojih ključnih sporočil uporabite pravilo treh.

Naj bo prisoten dober moderator. Med predstavitvami pogosto ni dovolj spodbujanja aktivnega sodelovanja, najverjetneje zaradi pomanjkljivih veščin predstavljavcev. Pomena dobrega moderatorja res ni mogoče preceniti, saj je on ali ona ključnega pomena v celotnem dogodku, poskrbi, da vse poteka tekoče, aktivno vključuje udeležence v razprave in jih vodi skozi celoten dogodek. Prav tako lahko zbira vprašanja, ki se pojavijo med dogodkom.

Poskrbite za dobro upravljanje časa. Za udeležence je zagotovo največje razočaranje, če je treba oditi, ko program še ni končan, ali pa imajo občutek, da se je program nenadoma zaključil. Poskrbite, da boste med dogodkom določili osebo, ki pomaga pri upoštevanju urnika. To je lahko nekdo iz organizacijske ekipe ali v nekaterih primerih (npr. manjše skupine) celo udeleženec.

Načrtujte nepričakovano. Vedno se lahko zgodijo kakšne nepredvidene okoliščine, zato je priporočljivo razmišljati vnaprej in biti pripravljeni na nepričakovano. Primeri so slaba vremenska napoved, velikost skupine je prevelika ali premajhna, sestava skupine je drugačna od pričakovane (npr. malo aktivnih kmetov), težave z opremo, težave s terenskimi poskusi itd. Na primer, ko je napovedano slabo vreme, se predstavitev lahko prestavi ali pa se kot alternativa načrtujejo predstavitve v zaprtih prostorih, videoposnetki, predstavitve ali razprava.



6

Ocenjevanje in spremljanje

OČENJEVANJE POSTAVITVE IN UČINKA VAŠEGA DOGODKA

Ocenjevanje vašega dogodka pomaga izboljšati organizacijo prihodnjih dogodkov. Pomembno je, da ocenjevanje povežete s ciljem dogodka: Če je bil cilj mreženje, se je koristno osredotočiti na to, ali so udeleženci lahko razširili svojo mrežo. Če je bil cilj sprejemanje inovacije, morajo organizatorji spremljati nagnjenost udeležencev k sprejetju predstavljenih inovacij.

Povratne informacije je mogoče zbrati o postavitvi (program, lokacije, objekti, tema, ...) in organizaciji predstavitve, pa tudi o tem, kaj so se udeleženci naučili in kaj menijo, da je uporabno za njihovo kmetijo:

Kratkoročno:

“Kaj obiskovalci odnesejo s sabo?”

- Zakaj (motivacija, povečana ozaveščenost): udeleženci se zavedajo, da obstajajo posebne težave ali izzivi in/ali da so na voljo nove možnosti in bodo morda potrebne v prihodnosti
- Kaj (tema predstavitve): udeleženci so obveščeni o posebnih novostih (nove prakse, materiali, sorte, stroji itd.)
- Znanje: udeleženci lahko nove informacije povežejo s svojo prakso in lahko ocenijo možnosti za njihovo implementacijo na lastni kmetiji.

Dolgoročno:

“Kaj obiskovalci storijo s tem, kar so odnesli s sabo?”

Ta učinek je le redko posledica samo predstavitve in ga je zaradi časovnega zamika težje ocenjevati. Udeleženci potrebujejo čas, da dejansko spremenijo svojo kmetijsko prakso, saj to lahko zahteva finančne naložbe, nove veščine in znanja ter prilagoditev kmetove običajne rutine in miselnosti. Prav tako na dejansko odločitev za spremembo ne vpliva samo predstavitveni dogodek, ampak vključuje širok nabor drugih virov informacij, kot so objave v (kmetijskih) medijih, nadaljnji predstavitveni dogodki, delavnice, glasila, stiki s svetovalci, drugimi kmeti, itd.

Ocenjevanje lahko opravite na različne načine, kot so:

- Neformalni pogovori z udeleženci med predstavitvenim dogodkom
- Olajšane povratne informacije udeležencev med predstavitvenim dogodkom z uporabo obrazcev ali na podlagi razprav
- Naknadno pošiljanje obrazcev za ocenjevanje vsem udeležencem. Tveganje izhodnih anket je, da se pogosto zaključijo prehitro, ko se ljudem mudi govoriti z drugimi ali oditi domov.
- Spremljevalna e-poštna sporočila ali telefonski klici. Če želite oceniti učinek, lahko počakate nekaj tednov ali celo mesecev na nadaljnji telefonski klic.
- Obrazci za ocenjevanje za organizatorje predstavitve, ki jih je treba izpolniti med predstavitvenim dogodkom.

Ukrepanje na podlagi ocenjevanja je pomembno za izboljšanje prihodnjih predstavitev na kmetijah. Ko je torej ocena zbrana, jo je treba deliti in izvesti izboljšave za prihodnje dejavnosti.

NASVETI

Zastavite le nekaj pomembnih vprašanj. Ljudi bo veliko težje pripraviti do izpolnjevanja, če ima vprašalnik veliko vprašanj.

Večja je verjetnost, da boste uspešni pri zbiranju povratnih informacij še isti dan, kot pozneje po e-pošti.



Ta video prikazuje, kako je ocenjevanje dogodka s strani udeležencev vključena v program predstavitvenega dogodka.

www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ90-I&feature=youtu.be

DEJAVNOSTI SPREMLJANJA

“Spremljanje” se nanaša na nadaljnji razvoj in distribucijo vsebine predstavitve po končanem dogodku, da se dodatno poveča njen učinek. Čeprav se dejavnosti spremljanja izvajajo po dogodku, je pomembno, da so najavljene ali se o njih z udeleženci pogovorite med predstavitvenim dogodkom.

Dejavnosti spremljanja so lahko formalne, kot denimo organizirani nadaljnji predstavitveni dogodki. Neformalno spremljanje lahko vključuje telefonski stik med udeleženci, predstavljavcem ali sodelujočimi kmeti, ki se pogovarjajo s svojimi sosedi.



Ta videoposnetek prikazuje prednosti platforme za izmenjavo znanja o ekoloških sortah in vlogo, ki jo pri tem lahko imajo predstavitveni dogodki.

www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be

Dobre dejavnosti spremljanja za udeležence vključujejo:

- Deljenje seznama udeležencev s soglasjem udeležencev (v skladu z evropskimi pravili o zasebnosti GDPR).
- Deljenje kontaktnih podatkov kmeta gostitelja ali drugih predstavljavcev za udeležence, ki želijo izvedeti več ali izvajati prakso na svoji kmetiji.
- Zagotavljanje informativnih letakov za udeležence.
- Vzpostavitev spletne platforme, skupin družbenih medijev (npr. WhatsApp), blogov ali fizičnih omrežij, v katerih lahko izvajalci poročajo o svojih izkušnjah z drugimi zainteresiranimi kmeti.
- Zagotavljanje glasila ali vzpostavitev spletne strani, na kateri bodo udeleženci obveščeni o nadaljnjih spoznanjih in razvoju teme predstavitve.
- Zagotavljanje (skupinske) podpore tistim zainteresiranim udeležencem, ki nameravajo izvajati prakse ali inovacije.

Dobre dejavnosti spremljanja za ljudi, ki niso sodelovali na predstavitvenem dogodku, vključujejo:

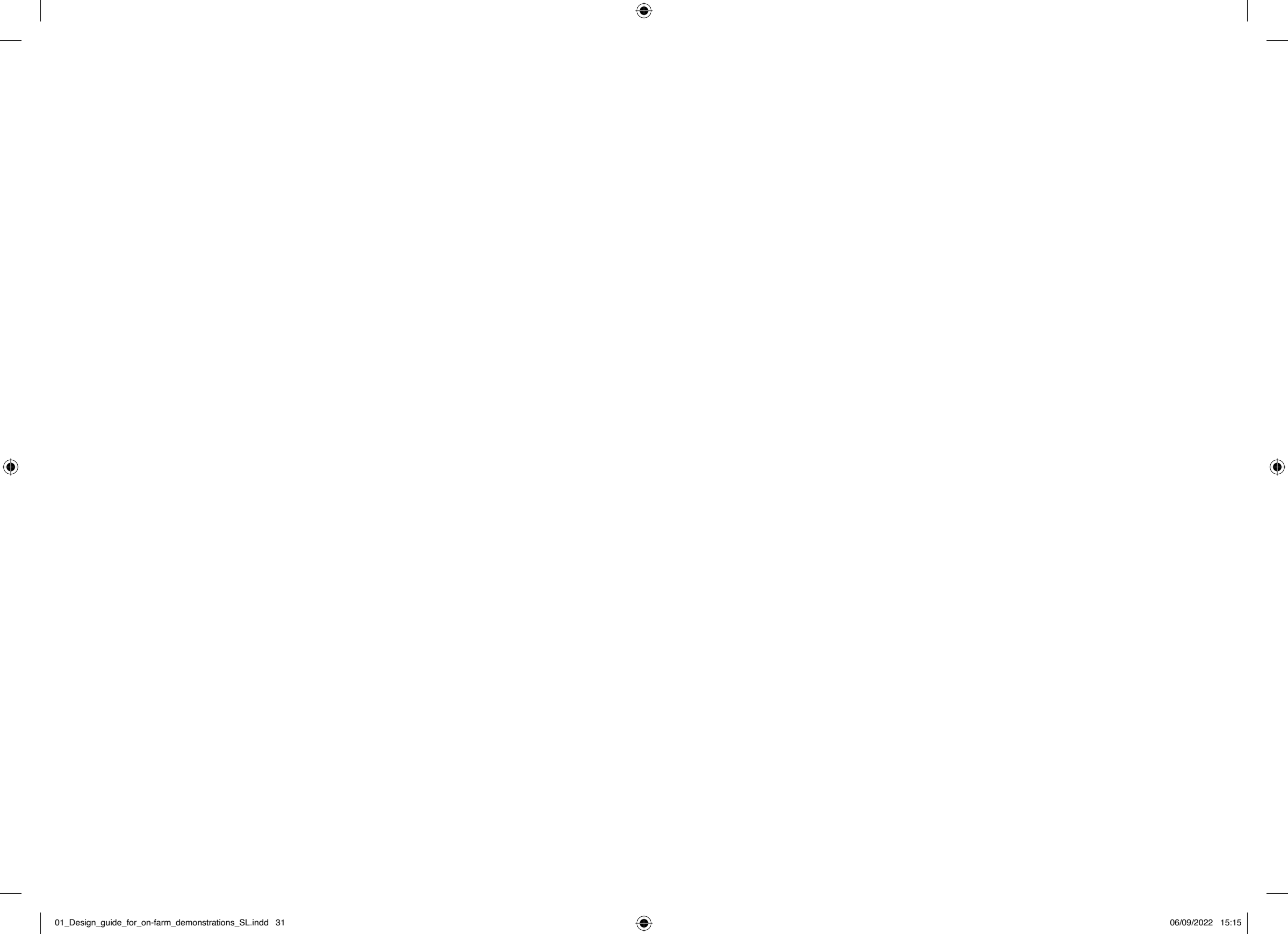
- Zagotavljanje poročila ali videoposnetka na spletu o predstavitvenem dogodku. Če je video privlačen, bi lahko pritegnil tudi druge kmete k sodelovanju na prihodnjih predstavitvenih dogodkih.
- Za poročanje o dogodku uporabite različne medijske vire (družbena omrežja, bloge, spletne strani, tiskani mediji, radio itd.).
- Objavljajte članke za kmete v kmetijskih medijih in zagotovite brošure, ki jih je mogoče razdeliti med kmete in svetovalce. Priporočljivo je, da na dogodek povabite novinarje in novinarjem posvetite posebno sejo, da zagotovite, da v svojih člankih ali novicah posredujejo pravilno sporočilo.
- Za dolgotrajnejša preskušanja na kmetiji gostiteljici bi lahko bili poskusi javno dostopni, tako da lahko lokalni kmetje pridejo in si ogledajo napredek preskušanja brez predstavitvenih dogodkov.

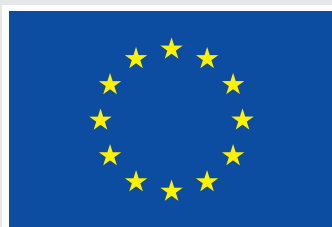
Pregled različnih učnih metod. Več informacij najdete tudi na trainingkit.farmdemo.eu

METODA	UPORABNO ZA NAMENE / V SITUACIJI PREDSTAVITVE	TOČKE, KI JIH JE TREBA UPOŠTEVATI / PREDPOGOJI	PRIMER DOBRE PRAKSE
Spletni seminar	• Za doseganje širokega kroga ljudi, ki se fizično ne morejo udeležiti predstavitvenega dogodka.	• Skrbno preučite cilj in ciljno občinstvo. • Oglejte si vadnice za spletne seminarje.	• www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success • Kako izdelati spletni seminar s Powerpoint: www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI • Brezplačno usposabljanje o izdelavi spletnih seminarjev: • https://webinarsthatwork.net/free-webinar • www.youtube.com/watch?v=xsXe5upL_d8
Informativna tabla, stojala, smerokaz	• Obiskovalci lahko sami usmerjajo svoje zbiranje informacij s samostojnim branjem vseh informacijskih stojev v lastnem tempu. • Na več testnih trakovih lahko smerokaz opiše vsako obdelavo in navede, na koga se je treba obrniti za več informacij. • Znaki in/ali plakati se lahko uporabljajo tudi za usmerjanje kmetov na lokacijo predstavitve.	• Obiskovalcem je mogoče posredovati omejene informacije. • Ni možnosti za interakcijo. • Smerokaz naj bo preprost, privlačen in lahko berljiv. • Treba je izpolniti ravni vizualne pismenosti kmetov, ki opazujejo predstavitev. • Zagotovite navodila in pojasnila na informacijskih ploščah ali stojalih.	• www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g
Predavanje ali predstavitev v predavalnici	• Predstavitev teme in konteksta večji skupini, ki jo je mogoče enostavno gostiti na kmetiji. • Predstavitev jasnih zaključkov in sporočil, ki jih odnesejo s sabo. • Prikaz slik/video posnetkov, ko predstavitev v živo ni mogoča.	• Teoretične predstavitve ali predstavitve od zgoraj navzdol tvegajo, da se udeleženci ne poistovetijo s temo in niso vključeni. • Pomanjkanje angažiranosti in interaktivnosti kmetov lahko tekmuje s predstavitvijo na prostem (če je del večjega dogodka). • Povezava do prakse in predstavitvene kmetije med predstavitvijo. • Predstavitve naj bodo kratke (največ 20 minut). • Ko pripravljate predstavitev, razmišljajte z vidika vašega ciljnega občinstva. • Recikliranje vaše zadnje predstavitve z (znanstveni) konferenci na bo zadostovalo!	• https://thefloorisyour.be/en/ • https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/ • www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, str. 30–31
Pripovedovanje zgodb	• Udeležencem omogoča, da si bolje zapomnijo glavna sporočila. • Ko imate navdušenega uporabnika ali izvajalca prakse, ki jo želite pokazati. • Povezuje teorijo s prakso. • Izmenjava s strokovnjaki, ki so že uvedli določeno tehniko ali inovativen pristop, je pogosto zelo privlačna in spodbuja k razmišljanju. • Anekdote pomagajo pri pomnjenju vsebine.	• Pripovedovalec mora biti nadarjen, da pripoveduje živahno zgodbo in da ga razumejo. • Dobro premislite, kam umestiti pripovedovanje zgodb v predstavitev; npr. na začetku za dvig zanimanja ali na sredini, za navajanje primera.	• www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw • www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc
Vprašanja in odgovori	• Pomembno za urnik po enosmernih komunikacijskih terminih. • Za pomoč pri predelavi prejetih informacij.	• Spodbujajoča in posredna vprašanja, ki vsakomur omogočajo, da spregovori (vloga moderatorja). • Načrtujte dovolj časa. • Ponovite vprašanja z uporabo mikrofona, da zagotovite, da jih slišijo vsi udeleženci. • Bodite jasni, koliko vprašanj je mogoče obravnavati/koliko časa je na voljo. • Naj bodo odgovori kratki in natančni, da bo časa za več vprašanj. • Udeležence prosite, naj vnaprej pripravijo vprašanja.	• Primeri aktivacijskih vprašanj: www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, str. 20–21 • www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ

METODA	UPORABNO ZA NAMENE / V SITUACIJI PREDSTAVITVE	TOČKE, KI JIH JE TREBA UPOŠTEVATI / PREDPOGOJI	PRIMER DOBRE PRAKSE
Interaktivne olajšane razprave med predstavljavci in udeleženci ali med udeleženci	• Za pomoč pri predelavi prejetih informacij. • Sproži razmislek gostujočih kmetov o tem, na kakšen način bi se prikazane inovacije vključile v njihovo kmetijo. • Lahko se uporabi za razmislek o prejšnjih predstavitvah in povezavo z njimi. • Za poglobljanje znanja in razumevanje določene teme. • Dobro deluje tako z majhnimi kot z velikimi skupinami.	• Oglejte si vodnike za podporo • Vnaprej pripravite aktivacijska vprašanja za skupino. • Aktivirajte razpravo tako, da začnete s preprostim vprašanjem, npr. anketa, na katero lahko odgovorijo vsi. • Prosite udeležence, da se predstavijo. • Udeleženci, ki so že seznanjeni s temo ali inovacijo, lahko začnejo razpravo in spodbudijo neizkušene udeležence, da se vključijo v razpravo. Morda bi bilo zanimivo/potrebno poskrbeti, da bo prisotno nekaj izkušenih kmetov. • Potrebne so dobre sposobnosti poslušanja in moderiranja: preoblikovanje, povzemanje glavnih vprašanj. • Velike skupine razdelite v manjše. • Potrebne so dobre sposobnosti poslušanja in moderiranja: preoblikovanje, povzemanje glavnih vprašanj.	• Primeri aktivacijskih vprašanj: www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, str. 20–21
Sprehod po polju/kmetiji		• Nekateri gostitelji ne marajo, da se udeleženci prosto sprehajajo po kmetiji. • Lahko je nedostopna in preprečuje udeležbo invalidnih ali nepokretnih udeležencev. • Prisotnost gostiteljev na celotnem sprehodu po polju zagotovi vodenje, razlago in odgovore na vprašanja. • Dovolite si dovolj časa za menjavo postojank. • Upoštevajte vse zdravstvene in varnostne vidike sprehoda/prevoza po kmetiji (s prikolico) in opravite oceno tveganja pred predstavitvenim dogodkom.	• Udeležence prevažajte na prikolici, ko polje ali deli kmetije niso zlahka dostopni za invalide.
Praktični primer, ki ga prikaže predstavljavec	• Za ponazoritev učne vsebine in teme. • Da bo predstavitev zabavna in pritegnila pozornost. • Dobro deluje v kombinaciji s sprehodom po terenu in drugimi oblikami predstavitev.	• Uporabite preproste, a presenetljive načine za pojasnjevanje svojega sporočila. • Poskrbite, da boste vključili celotno skupino. • Upoštevajte velikost skupine: vsi morajo imeti možnost videti praktični primer.	• Preprosta orodja za testiranje kakovosti tal: www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&feature=youtu.be • Test za vizualizacijo strukturne stabilnosti tal (v francoščini); www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&feature=youtu.be
Veččutna predstavitev za intenzivnejša doživetja	• Poskrbi za spomin na prakso in zasidranje naučenega. • Dobro deluje v kombinaciji s sprehodom po terenu in drugimi oblikami predstavitev.	• Zagotovite dovolj časa. • Izkušnjo vključite v svojo predstavitev, npr. s poizvedovanjem o tem: "Kako vam diši?" "Kako bi opisali občutek ...?"	• Primeri: • Dotaknite se in raziščite tla, po obdelavi s stroji za uničevanje plevla. • V tišini poslušajte čebele v varovalnem pasu na polju. • Okusite kruh, pečen iz moke, proizvedene na kmetiji, da udeleženci pridobijo oceno kakovosti 3d sadilnega stroja productionloF2020 • Demonstracija testa z lopato za analizo kakovosti tal: www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw • Predstavitve o pridelavi stročnic pojasnjuje, kako je kmet predstavljavec v svojo predstavitev vključil izkušnje: www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&feature=youtu.be

METODA	UPORABNO ZA NAMENE / V SITUACIJI PREDSTAVITVE	TOČKE, KI JIH JE TREBA UPOŠTEVATI / PREDPOGOJI	PRIMER DOBRE PRAKSE
Vaje, ki obiskovalcem ponujajo praktične izkušnje	- Aktivno učenje omogoča udeležencem, da sami najdejo rešitev. - Poskrbi za spomin na prakso in zasidranje naučenega. - Podpira obvladovanje veščin s strani udeležencev.	- Ni izvedljivo za vsako temo, na primer, ko so potrebne licence za uporabo opreme ali zaradi ukrepov za biološko varnost. - Zagotovite, da je v urniku predstavitvenega dogodka načrtovano dovolj časa.	- Med uporabo zatiranja škodljivcev preizkusite zaščitna oblačila. - Pripravite svoje škroplilne stroje, da jih umerite. - Demonstracija testa lopate za analizo kakovosti tal www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw
Delavnice	- Za poglobljeno razpravo in osredotočanje na določeno temo. - Za uporabo predstavljene izkušnje na lastni kmetiji. - Izhod se lahko uporabi za dokumentacijo.	- Potrebna je vsaj ena uro v sobi ali okoli mize na prostem. - Zahteva zmogljivosti za beleženje ključnih točk razprave/ rezultatov osredotočene preiskave (npr. zagotovite predloge). - Previdno oblikujte cilj delavnice (mora biti izvedljiv v času, ki je na voljo) in kakšen rezultat pričakujete. - Obiskovalci, ki pričakujejo terenski obisk, morda niso odprti za delavnico, ki vključuje papir in pisanje (temu se izognite tako, da to najavite v vabilu); lahko tekmuje z demonstracijami. - Upoštevajte različne želje obiskovalcev glede uporabljenih metod. - Skupina se mora razdeliti v majhne skupine po 3–7 ljudi. - Oglejte si priročnike za delavnice in moderiranje.	Možni vodnik za moderiranje delavnice: www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops
Večerja, pijača, prevoz itd., kar daje čas za (neformalno) izmenjavo med udeleženci	- Možnost svobodnega govora o kakršnih koli pomanjkljivostih ali pomislekih v prikazanih inovativnih kmetijskih praksah, da se omogoči produktivno vzajemno učenje na podlagi izkušenj. - Med neformalnim (hrana in pijača) delom predstavitvenega dogodka, ali med postojankami. - Za razmislek o prejšnjih predstavitev. - Za predelavo predstavljenih informacij.	- Dovolite dovolj prostora in časa, da lahko poteka neformalna izmenjava. - Sponzorstvo hrane/pijače/prevoza.	Vseeno se zgodi, če je čas; spodbujajte tako, da v programu pustite prostor za to neformalno izmenjavo in udeležencem ponudite hrano/pijačo.





Ta priročnik je rezultat tesnega sodelovanja med 3 projekti FarmDemo. Ti projekti so prejeli sredstva iz programa EU za raziskave in inovacije Obzorje 2020 v okviru sporazumov o dodelitvi sredstev N° 727388 (PLAID), N°728061 (AgriDemo-F2F) in N°772705 (NEFERTITI).

VEČ ORODIJ NA

trainingkit.farmdemo.eu